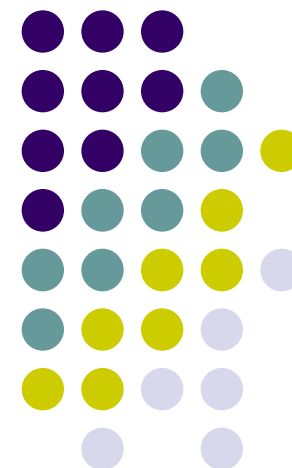


Radošuma pielietojums iedzīvotāju aktīvas līdzdalības veicināšanā



92,07% no Projekta finansē Eiropas Savienība ar Eiropas Sociālā fonda starpniecību. Apakšaktivitāti administrē Valsts kanceleja sadarbībā ar Sabiedrības integrācijas fondu.

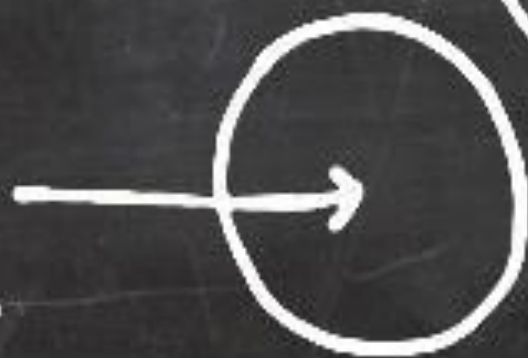
Šī lekcija un prezentācija ir veidotas ar Eiropas Savienības Eiropas Sociālā fonda finansiālu atbalstu. Par šīs lekcijas un prezentācijas saturu atbild Vita Brakovska un biedrība "Kultūras projektu koordinācijas centrs"

Divos vārdos..



Where the
magic happens

Your
Comfort
Zone



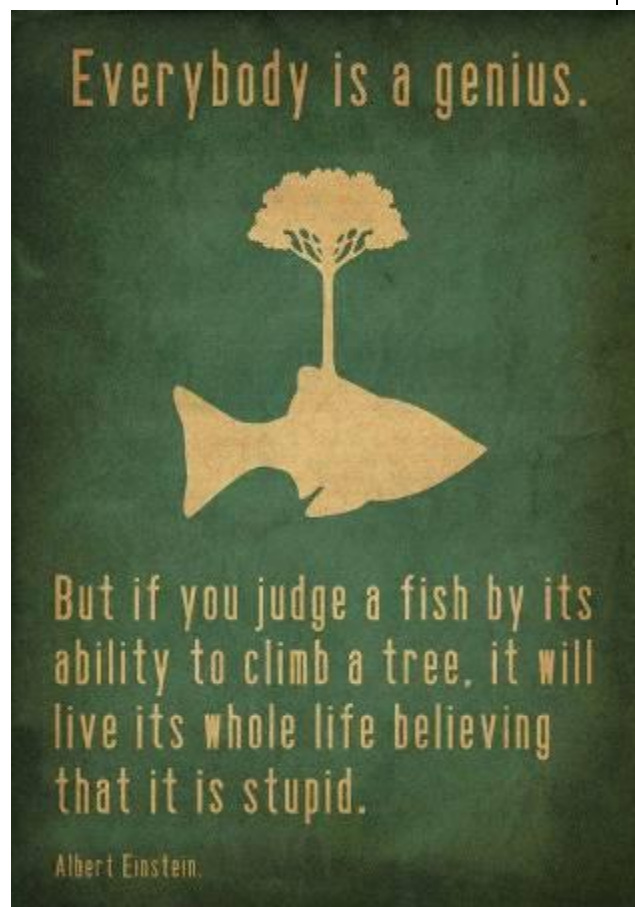
Bikses priekam

Agnese Kalniņa, priekabikses.blogspot.com



Patiesība par radošumu

- *Homo sapiens* raksturīgākā īpašība
- **Radošums** piemīt **visiem**, tikai tiek apspiests ar pašu cilvēku uzskatiem (Michael Ray)
- **Iekšējais cenzors** – galvenais cilvēka pašcieņas grāvējs (Michael Ray)
- **Radošums ir dzīvesveids.**



Kā iedzīvotājiem praktiski kļūt radošiem?



“Pārsteidz mani!”

*A. Brodoviča (Harper's Bazaar)
padoms Ričardam Avedonam
(izcilam fotogrāfam)*

***“... un viss, ko tu darīsi, būs
radošs!”***

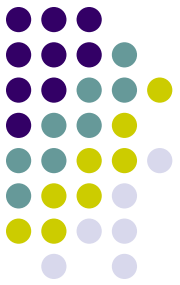
LAI KO TU DOMĀ, ĀMOD IDĀTIS

PAUL ARDEN, par nepareiziem
lēmumiem ar pareiziem rezultātiem



Nekad nešaubies, ka **neliela grupa citādi domājošo** var mainīt pasauli. Patiesība tikai tā arī notiek.

Margareta Mīda
Amerikāņu antropoloģe

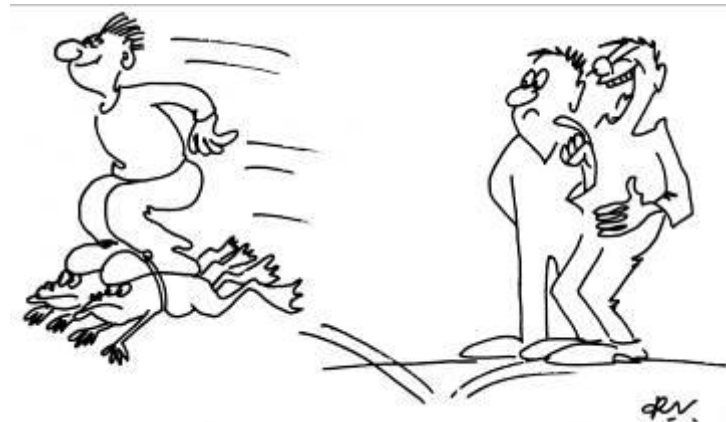


Inovācijas kultūra ir vide un sabiedrība, kurā radošas idejas un radoši domājoši cilvēki **ir norma**, nevis izņēmums.

Radošuma “ienaidnieki”



- Bailes par savu tēlu uz pārējo fona
- Ļaušanās kopējai “straumei”
- Hierarhija, nopietnība
- **Paļaušanās tikai uz pieredzi**
- “nav mana darīšana”
- “Lai tie trakie skrien”
- “Cilvēki mēdz uzvesties kā blusas”



Satiksmes un kājāmgājēja drošībai - adījumi ar atstarojošo pavedienu



Inga Priedīte
(www.zib.lv)



6 soļi ilgtspējai sabiedrības līdzdarbībai



1. **FORMULĒJUMS** vērtību & pašas aktivitātes piedāvājumam
2. **KOMANDA** – “viedā” partnerība ar iedzīvotājiem
3. **RESURSI** – “biznesa” modelis
4. **“VESELĪGAS AMBĪCIJAS”** – pievilcīga vīzija
5. **MŪSDIENĪGA** publicitāte
6. **SPĒJA MAINĪTIES** – “Kill Your darlings!”

Kāpēc cilvēki piekrīt kaut ko darīt I



1. Lai pelnītu naudu
2. Lai iegūtu laiku
3. Lai būtu ērtāk
4. Lai gūtu vairāk varas
5. Lai nosargātu savu īpašumu
6. Lai būtu stilīgs
7. Lai izvairītos no kritikas
8. Lai izmantotu izdevības
9. Lai nosargātu savu labo slavu
10. Lai vairotu drošību

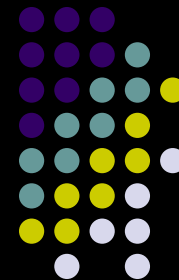
Ne tikai **FIN**ansiālā,
bet arī **EMO**cionālā
motivācija!

Kāpēc cilvēki piekrīt kaut ko darīt II



11. Lai ietaupītu naudu
12. Lai ietaupītu laiku
13. Lai būtu populārāks
14. Lai iegūtu atzinību
15. Lai gūtu vairāk baudas
16. Lai būtu kā citi, kurus respektē
17. Lai izvairītos no konflikta
18. Lai vairotu individualitāti
19. Lai gūtu kontroli
20. Lai viņus pieņemtu

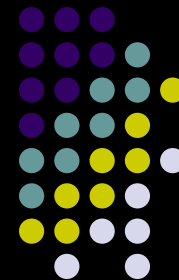
Tumšais restorāns (Berlīne)



unsicht-Bar® 

www.unsicht-bar-berlin.de

Cafe Olive (www.cafeolive.lv)



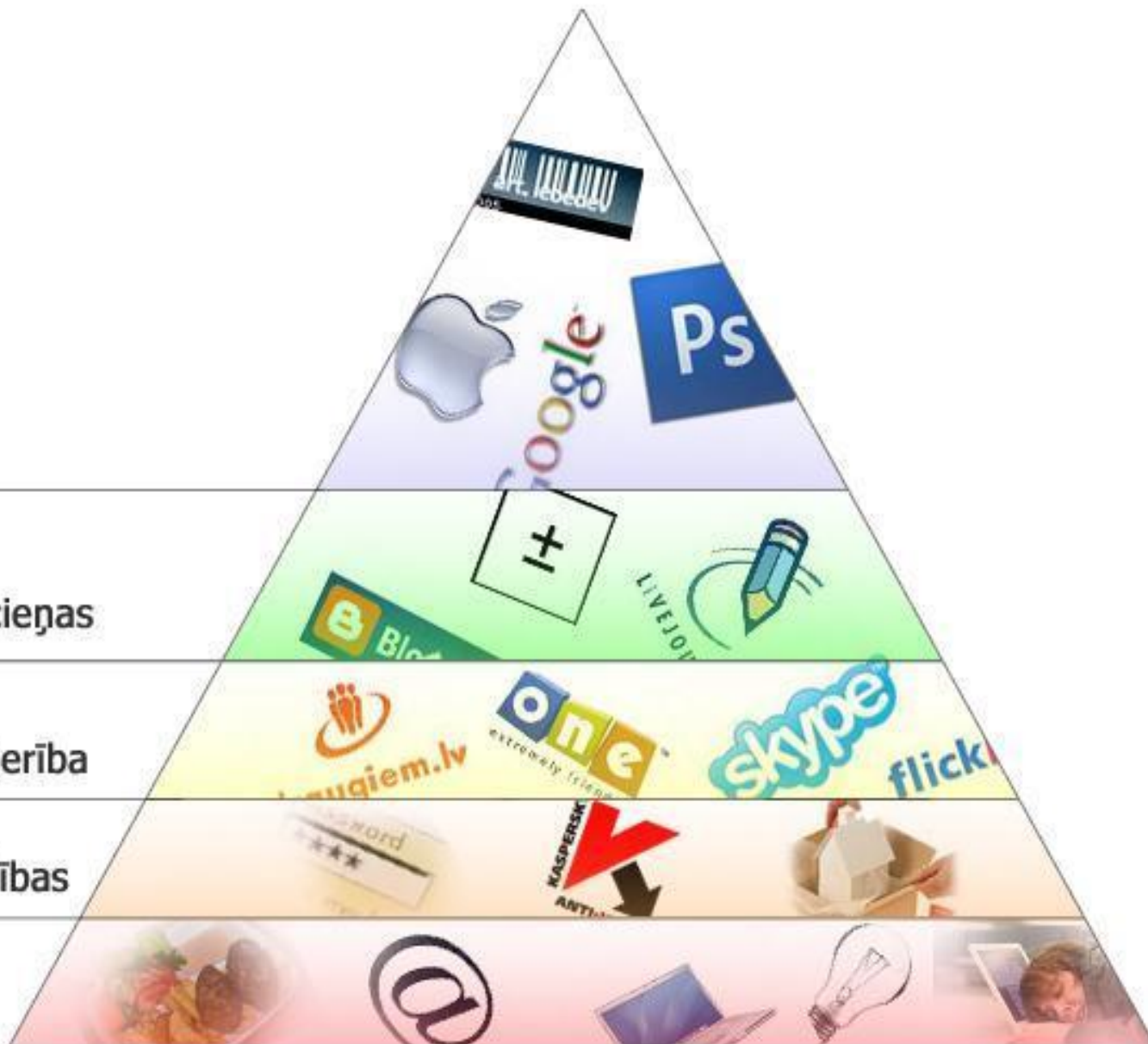
Pašīstenošanās

Vajadzība pēc pašcieņas

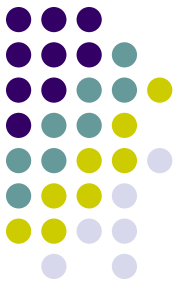
Saskarsme un piederība

Vajadzība pēc drošības

Fizioloģiskās
vajadzības



Magic Sand Riga (AB dambis)



Klusums kā vērtība



www.elijasnams.lv

Uzņēmums PUZURS.lv



- Rada PUZURU kā interjera elementu
- kultūras mantojums + radošums + tradicionāli puzura izveides materiāli (smilgas, niedres), kā arī plānoti alternatīvi (metāls, kartons)



Darba autore – Indra Kadaka

Kādas kompetences nepieciešamas sekmīgai projekta attīstībai?



- Uzņēmējspēju
- Finanšu
- Administratīvā
- Mārketinga
- Komunikāciju



- Idejiskā/ saturiskā (tehnoloģiskā)
- Radošās partnerības
- Starpnozaru komunikācijas

Citas projekta attīstībai nepieciešamās kompetences?

Vai tās visas var būt vienam cilvēkam???

Kuras no tām piemīt TEV?

“Karstās ziņas”



Gudrākais nestrādā mūsu organizācijā.
Viņš strādā ārpus mūsu organizācijas un mūsu
atbildība ir izveidot tiltu un partnerību
konkurētspējas stiprināšanai!

*(Marcus Romer
Pilotu Teātra mākslinieciskais vadītājs)*

“Komandas spēks”



tekstils + elektronika + IT



Achtung Baby!

www.ineseparkova.lv



“Zelta” komandas kodols

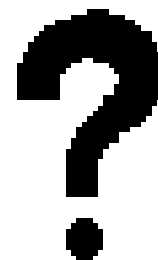


I – idejas cilvēks – ideju ģenerators

A – administrators – “birokrāts, papīrmīlis”

U – uzņēmējs – “spridzinātājs” un stratēģis

S – saliedētājs – “dvēseļu gans”, “mamma”



XXI gadsimta biznesa modeļi



“Garās astes” – “man ir viss”



“Atsaistīti” – vienam **nevajag** darīt visu



“Bezmaksas” – “lucky guys”



Vairāku pušu **platformas** – tīklošanās kultūra



“Atvērtais” – “proudly found elsewhere”



SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA = perspektīvs XXI gadsimta uzņēmējdarbības modelis reģionos

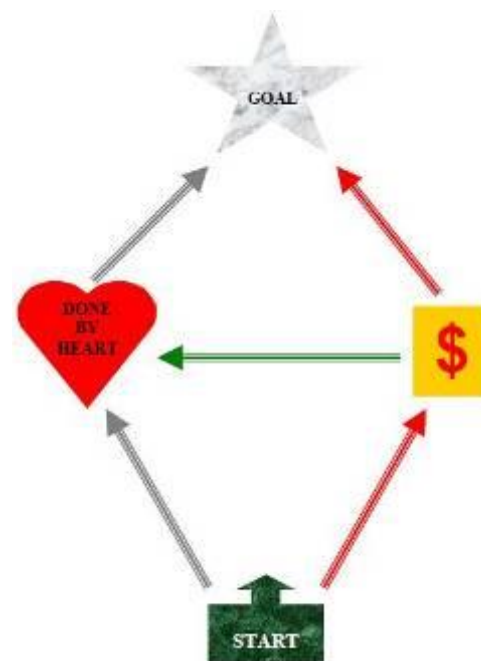


Radošums + NVO + UD

=

Sociālā uzņēmējdarbība

uzņēmējdarbība, kur sabalansēti
sociālie un biznesa mērķi, risinot
globālos izaicinājumus



Wooly World

Sociāls bizness – sabiedrības
vienlīdzības radīšana un cieņa
vienam pret otru, ieguldot
idejas, prasmes un lielu darbu.

Wooly World mīksto dzīvnieciņu
darināšanā iesaistīti cilvēki ar
īpašām vajadzībām no Liepājas
Neredzīgo biedrības.

www.woolyworld.lv





*“Mūsu misija ir veicināt **sociālo vērtību izpratni, pozitīvas sociālās izmaiņas, vides saudzēšanu, kā arī būt par sabiedrības izvēlētu***



Sociāls modes zīmols MAMMU

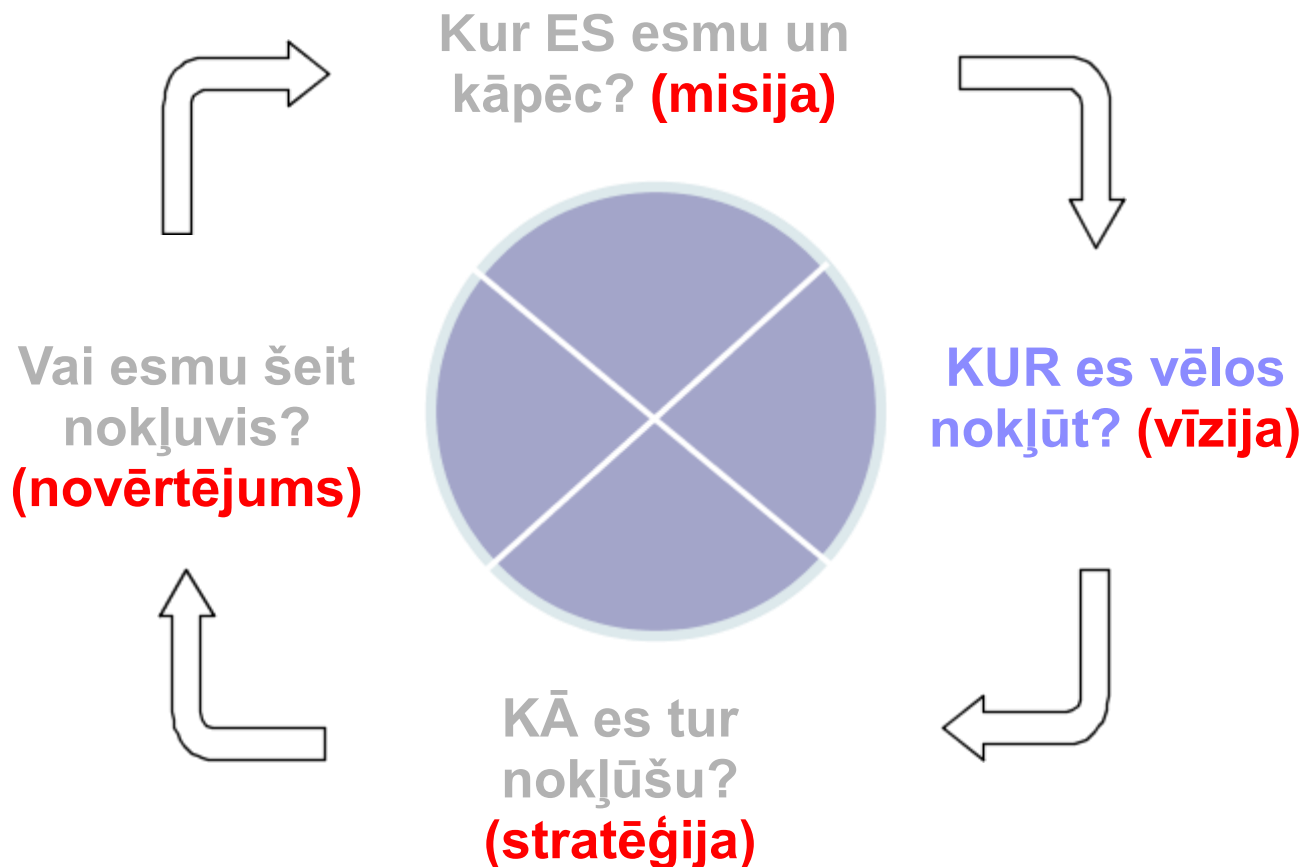


- Sociāla kompānija MAMMU rada **darba vietas māmiņām**, kurām jāapvieno iztikas pelnīšana ar bērna audzināšanu

www.mammu.lv



Sasniegt savus mērķus ar “Plānošanas riteni”



Vīzija atspoguļo, kā mēs sevi/ projektu redzam nākotnē



- **Latvenergo** koncerns būs viens no klientu primāri izvēlētajiem kvalitatīvu energoapgādes pakalpojumu un inovatīvu risinājumu sniedzējiem **Baltijā**.
- **LMT** saglabās un nostiprinās savu vadošo pozīciju Latvijas mobilo telekomunikāciju tirgū, balstoties uz jauninājumiem, iniciatīvu un radošu garu.
- Mēs attīstāmies kā saldumu ražošanas, mārketinga un pārdošanas kompānija Eiropā. (**Laima**)

Platformas radošā gara iesaistei projektā

“Sociālo inovatoru klubs”

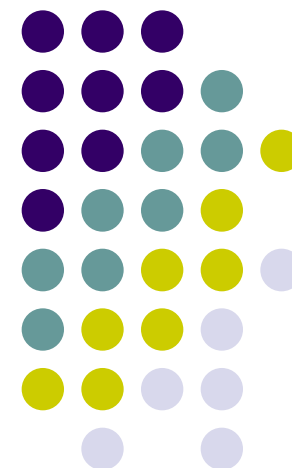
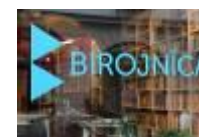
Talants³

Garage 48

Birojnīca



Garage48





Žurnāla “Ir” mārketinga mazbudžeta kampaņas



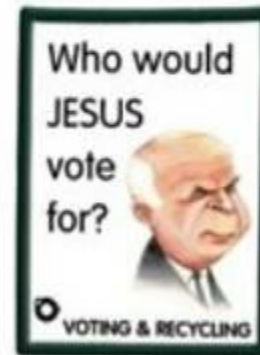
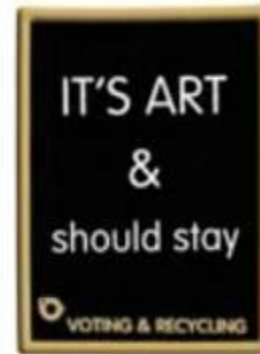
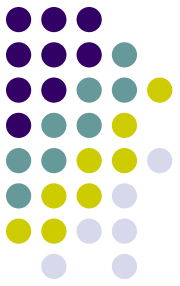
Voldemārs Dūdums

- Reklāmā kopš 2002
- Miami Art School
- Reklāmā nav formulas
- **Ideja** = emocijas x funkcija
- Funkcija = **problēmas risinājums**



Balsot ar šķirotiem atkritumiem

Voting & Recycling



Esam radījuši ziepes, kas liek bērniem mazgāt rokas



Safeguard **P&G**

TARGET: Mothers.

OBJECTIVE: Make kids wash their hands more.

SOLUTION: We put cute USB sticks containing fun material inside the soap (ringtones, iTunes, games, phone applications, cartoons, etc). The more the kids wash their hands, the faster they get to the toy.

The illustration depicts a hand being washed under a faucet. Water droplets and bubbles are shown. A thought bubble emanates from the hand, containing several colorful USB sticks with various characters and icons: a pink monster, a black hoodie, a green cat, a blue bear, a yellow bear, and a camera. Each USB stick is connected to a small circular icon representing its function: a game controller, a phone, a camera, a TV, and a game controller.



“Jumal on lātlane”



Galveno balvu par inovatīvāko risinājumu 2011.gadā
vides rekāmas konkursā "Reklāmzaurs"



<http://www.youtube.com/watch?v=7pS3NnOCvK0>



Sārnates zīlītes



Latviešu **zīlītes** bija redzamas arī ASV populārākajā
rīta ziņu programmā - televīzijas kanāla **NBC**
raidījumā **Today Show**



<https://vimeo.com/23059748>



Vestards Šimkus un skolu zvani



“Ir” apsveikums 1.septembrī – pārraidīts arī TV3



<https://vimeo.com/48650386>

V.Dūduma atziņas



- **domājiet kā bērni**, jo bērni nemīl garlaicību
- ja ideja liekas kaut kur redzēta – **tā arī ir!**
- labu ideju var pateikt **vienā** teikumā
- dzīvojiet šodienā, vai – vēl labāk – **rītdienā!**
- vai par šo rakstīs avīzēs? (un avīzes **nemīl rakstīt par reklāmu**)
- nevienam neinteresē tas, ko tu gribi teikt. tāpēc **saki to, ko viņi negaida**
- Riskē & ej uz priekšu!

KIWIE ielu mākslas festivāls



<https://vimeo.com/52465665>